

業務回顧及前景

- 集團承諾以繼續成為首屈一指的品牌珠寶企業為目標，致力提供優質的產品與顧客服務及增加增值活動，並履行企業公民的責任，令投資者受惠。
- 集團為知名的潮流帶領者，以設計創新及品質優良的時尚珠寶而見稱。德國零售商連續三年挑選Esprit珠寶為全年最佳首飾。二零零一年三月，集團獲委任為MEXX珠寶的德國分銷商，並於同年四月，取得JOOP!珠寶全球性特許權。從上述發展，可見集團在帶領潮流方面，屢創佳績。
- 繼成功推出饒富創意的Pierre Cardin (皮亞卡丹) 珠寶後，集團已設立專門隊伍負責發展這個最新系列。憑著泰國Keimothai在產品設計及開發方面的支援，以及歐洲經驗豐富的市場人員的協助，Pierre Cardin (皮亞卡丹) 珠寶產品已邁進新里程。
- 擁有被公認為亞洲最先進的電鑄成形技術的中國Speidel廠配以擴充設備，其年產量已高達三百萬件，此乃由德國轉移至中國後的破紀錄佳績。
- 二零零一年上半年營業額達二億五千四百萬港元，歐洲佔百分之八十四、美洲佔百分之七及亞太區佔百分之九。由於歐羅於期間持續貶值達百分之十一，因此與去年同期相比，營業額(以港元計算)下跌。然而，在環球經濟衰退的情況下，集團在撇除歐羅疲弱所造成的影響後，仍然能夠令營業額維持於相若水平。取得這成果，主要原因是集團於高檔次時尚品牌產品市場居領導地位、自設完善產品開發及生產支援，以及於歐洲已建立健全的分銷網絡。透過承諾讓顧客滿意，及以有效的供應鍊管理嚴謹地控制成本，致使集團於期間的股東應佔溢利約為一千零二十萬港元。
- 管理層相信集團的主要市場歐洲仍有龐大的增長空間。聯洲集團於歐洲的時計及皮革產品的銷售點超過一萬二千多個，而集團珠寶產品的銷售點亦近三千個。有這強勁的後盾，集團定能進一步利用其資源，於歐洲建立廣泛的珠寶銷售網絡。

為了擴展美國分銷業務，集團正利用旗下的國際品牌、亞洲完善的生產支援，及於歐洲豐富的分銷經驗，積極物色合適的分銷夥伴組成策略聯盟。

業務回顧及前景 (續)

- 至於亞洲方面，集團將繼續與主要的代理及分銷商加強合作，特別是最近已獲准加入世界貿易組織的中國。管理層認為，由於集團擁有國際知名的品牌組合、雄厚的生產基礎，及豐富的採購經驗，所以在開拓中國市場方面，較其他競爭對手更具優勢。
- 於二零零一年九月，集團成功收購了Abel & Zimmermann百分之八十五的股權，其為一間德國珠寶分銷商，逾百分之六十的產品出口美國。此舉有助集團進一步發展歐洲及美國市場。
- 集團將繼續以既定的環球化策略「視野無疆界，行動本地化」為方針，令業務保持增長，從而提升股東價值。